

## 地方におけるリテール決済のキャッシュレス化の進展に向けた課題\*

成城大学経済学部 教授 中田 真佐男

### 1. はじめに

現在、世界各国ではリテール決済の「キャッシュレス化」(すなわち、クレジットカードやデビットカード、プリペイドカードといった非現金支払手段の利用)が進んでいる。加えて、「キャッシュレス化」が進んだ国々では、非現金決済のインターフェースにも大きな変革が生じている。具体的には、従来の磁気ストライプや接触型の IC チップを搭載したカードを用いる方式に取って代わり、NFC チップによる端末間の無線通信やコード(2次元バーコードや QR コード)の読み取りによって決済を完了させる方式が主流となりつつある。これはリテール決済の「キャッシュレス化」が「コンタクトレス化(非接触化)」という次の段階に入っていることを意味する。こうした世界的な「キャッシュレス化・コンタクトレス化」の潮流とは対照的に、日本のリテール決済の場では、現在でも支配的な支払手段は現金である。さらに言えば、現金決済偏重の傾向は都市部と比べて地方においてより鮮明である。

日本でもクレジットカードやデビットカードのサービスは展開されているし、近年は多様なコンタクトレス決済サービスが提供されている。それでも現金決済が支配的となるのは、あくまで小売・サービス事業者と消費者が自らにとって最適な決済手段を選択した結果だといえる。一方で、政府は「未来投資戦略 2017」(2017 年 6 月閣議決

定)においてキャッシュレス決済比率を 10 年後までにおよそ 2 倍の 40%にまで高めるという KPI (Key Performance Index) を掲げ、積極的にキャッシュレス化を推進する方針を打ち出している(日本経済再生本部 未来投資会議、2017)。

小売・サービス事業者や消費者と政府の間でこのようなキャッシュレス化への「温度差」が生じるのは、両者の最適化の範囲が異なるからだと解釈できる。政府が追求するのは「社会的便益」であり、決済事業者の利益や将来世代の利益も考慮したうえでキャッシュレス化を推進している。これに対し、小売・サービス事業者や消費者は「私的便益」のみに関心がある。例えば、経済産業省(2018)では、キャッシュレス化のメリットとして「資産・所得の透明性向上による税収の増加」や「集積された支払情報の利活用による消費の活性化」が挙げられている。しかし、前者については、公共サービスの充実というかたちで間接的な便益が及ぶ余地はあるものの、小売・サービス事業者や消費者に直接的な便益はもたらされない。また、後者についても、ビッグデータの利活用によって先ず利益を得るのは決済事業者である。小売・サービス事業者や消費者は、自分たちがキャッシュレス決済を選択することで発生するこうした「外部効果」までは考慮しないため、キャッシュレス決済比率が社会的に望ましい水準と比べて低くなっている可能性は否定できない。

本稿では、以上の問題意識のもと、日本さらに

\* 本稿は、2019(平成 30 年)3 月 7 日(木)に、佐賀大学教養教育 1 号館 111 教室で開催された佐賀大学経済学会講演会で報告した「日本における B to C リテール決済の「レスキャッシュ化」の現状と課題」をもとに論文にしたものである。

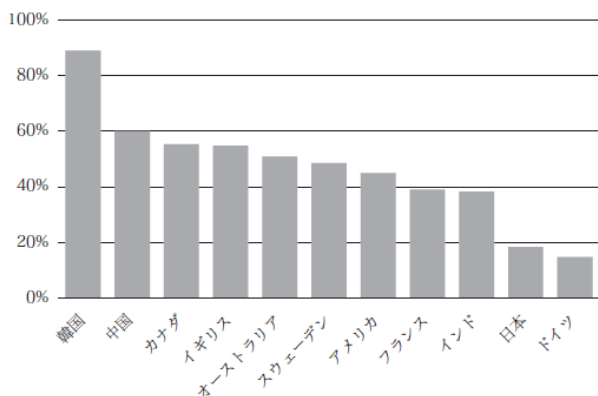
は地方でキャッシュレス決済の普及が進まない要因を考察したうえで、私的便益と社会的便益のギャップを埋めながらキャッシュレス化を推進していくために必要な方策について検討する。

## 2. 日本の地域別キャッシュレス決済の動向

### 2.1 キャッシュレス決済の利用比率に関する国際比較

図1は、経済産業省(2018)が推計した2015年における国別の「キャッシュレス決済の利用比率」である。同じ東アジア地域でも、隣国の韓国は90%弱、中国は60%で非常に高い。欧米の先進国では、カナダとイギリスが約55%、オーストラリア、スウェーデン、アメリカが50%前後、フランスが約40%である。日本はドイツと同様に20%を割り込んでいる。中田(2018)で指摘したように、韓国や中国は、キャッシュレス化のスタートは遅かったが、中央政府の強力な関与のもと、韓国ではクレジットカード、中国では銀聯カード(主にデビットカード)およびアリペイやウィーチャットペイに代表されるプリペイド型コード決済によるキャッシュレス決済が浸透している。

図1 国別のキャッシュレス決済の利用比率



注：中国は同じ基準で算出できないため、参考値として

Better Than Cash Alliance のレポートの値を掲載した。

出所：経済産業省(2018)『キャッシュレス・ビジョン』

経済産業省(2018)の「キャッシュレス決済の利用比率」は、統一基準で国際比較可能な統計のみを利用して推計されているため、その解釈にあたってはいくつか留意すべき点がある。詳細は中田(2018)で言及されているが、とりわけ日本に関しては、(国際的に統一の基準でデータを入手できない)銀行口座からの振替・振込が除外されていることにより、「キャッシュレス決済の利用比率」が過少推計されている可能性が高い。事実、金融庁(2018)によると、3メガバンクの個人給与受取口座等を対象とした場合には、2017年の口座からの出金額(約85兆円)のうち、現金での出金は半分弱の45.6%に過ぎず、残りの54.4%は振替・振込による出金であった。さらに、これらの振替・振込のうち、クレジットカードやデビットカード決済関連の口座振替は約15%で、それ以外の約40%はカード関連以外の振替(家賃や教育費の支払い、ローン返済のための自動口座引き落とし)やインターネットバンキング等を介した振込であった。経済産業省(2018)では、この約40%に相当する部分がキャッシュレス決済としてカウントされていないことになる。もちろん、こうしたカード関連以外の口座振替や口座振込は他国の「キャッシュレス決済の利用比率」の推計からも除外されている。しかし、日本では口座振替や口座振込が用いられるような取引でも、海外ではクレジットカードやデビットカードで決済しているケースが多い。この点をふまえると、たしかに日本のキャッシュレス決済の利用比率は諸外国と比べて低いものの、図1から受ける印象よりは実際の差は小さいと考えられることに注意を要する。

### 2.2 キャッシュレス決済の地域格差

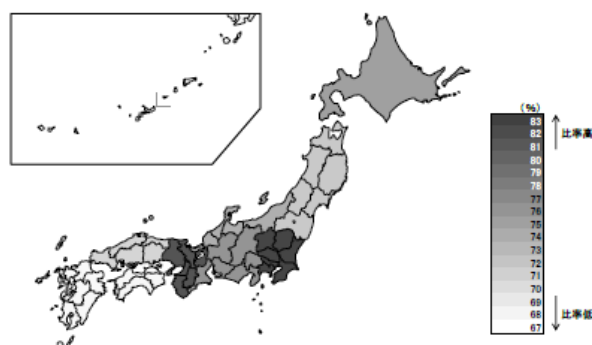
次に、キャッシュレス決済の利用比率の国内動向に目を向けると、複数の調査で一定の地域差が確認されている。例えば、日本銀行(2018)は、

全国の20歳以上の4,000人を対象に、日常的に利用する現金以外の決済手段を調査している（2018年6月）。図2は、調査結果を地域ブロック別で図示したものである。キャッシュレス決済の利用比率が最も高い地域は首都圏や京阪神で、逆に最も低い地域は四国・九州地方であることがわかる。

また、日経 FinTech・日経クロストrend・日経 xTech 編（2019）においても、キャッシュレス決済利用額比率の都道府県ランキングが掲載されている。これは、日経 BP 社と日本経済新聞が企画し、マクロミル社に委託して2018年10月に実施したインターネットによるアンケート調査の回答を集計したもので、その結果が表1に示されている。なお、表中の比率（%）は、回答者に「店頭での日々の買い物のなかで、どれくらいの金額がキャッシュレス決済ですか」と尋ね、個々の回

答のキャッシュレス比率の平均を各都道府県の数字として算出したものである。

図2 地域ブロック別のキャッシュレス決済の利用比率



注：調査にあたって、地域ブロック別の世代構成が実際の地域の人口に比例するように抽出されている。

出所：日本銀行（2018）『キャッシュレス決済の現状』

表1 日々の買い物でキャッシュレス決済が占める比率（%）

順位	都道府県	比率	順位	都道府県	比率	順位	都道府県	比率	順位	都道府県	比率
1	千葉県	48.51	13	沖縄県	42.69	25	新潟県	40.09	37	熊本県	37.94
2	茨城県	48.49	14	静岡県	42.64	26	京都府	39.88	38	岩手県	37.89
3	東京都	48.44	15	大阪府	42.49	27	山梨県	39.56	39	長崎県	37.71
4	富山県	47.00	16	宮城県	42.23	28	高知県	39.41	40	福井県	36.03
5	神奈川県	46.41	17	奈良県	42.19	29	愛媛県	39.23	41	徳島県	34.85
6	三重県	45.95	18	栃木県	42.09	30	福岡県	39.20	42	大分県	34.56
7	兵庫県	45.71	19	北海道	41.46	31	石川県	39.19	43	鹿児島県	34.24
8	埼玉県	45.27	20	長崎県	40.29	32	山形県	39.17	44	鳥取県	34.06
9	福島県	44.36	21	和歌山県	40.28	33	山口県	38.57	45	島根県	33.61
10	愛知県	43.96	22	岡山県	40.25	34	広島県	38.45	46	宮崎県	32.19
11	群馬県	43.27	23	秋田県	40.24	35	香川県	38.43	47	佐賀県	31.94
12	岐阜県	42.78	24	滋賀県	40.12	36	青森県	38.27			

出所：日経 FinTech・日経クロストrend・日経 xTECH 編（2019）『QR決済—キャッシュレスの本命はこれだ—』

表1にあるように、キャッシュレス決済利用額比率の都道府県ランキングの1～5位に、東京大都市

圏のうち、埼玉県以外の1都3県が入っており、やはり東京大都市圏でキャッシュレス決済が利用

されていることがわかる。一方で、沖縄県を除く九州地域に目を向けると、福岡大都市圏を有する福岡県の30位が最高であり、以下、37位に熊本県、39位に長崎県、42位に大分県、43位に鹿児島県、46位に宮崎県、47位に佐賀県となっている。地方部のなかでも、特に九州地方においてキャッシュレス決済が浸透していないことが伺われる。

これらの傾向をふまえたうえで、次節では、日本、とりわけ地方でキャッシュレス決済が普及しない理由を考察する。

### 3. 日本でキャッシュレス決済が普及しない理由

#### 3.1 決済手段の選択に影響を及ぼす要因

決済サービスは、決済プラットフォームを提供する供給主体（決済事業者）に対し、2つの異なるタイプの需要主体（小売・サービス事業者と消費者）が対峙するマーケット構造（Two-sided Market）になっている。小売・サービス事業者と消費者は、それぞれの立場から各決済手段を採用することの便益と費用を評価し、もっとも利便性が高いと判断した決済手段を採用すると考えられる。以下では、決済手段の選択に影響を及ぼす主要な要因に対して考察を加える。

##### 3.1.1 治安条件

治安が悪くなれば盗難・強盗にあうリスクが高まる。現金はカード払いと違って利用時に本人確認が不要なため、犯罪者から狙われやすいのは現金である。もちろん消費者も現金の盗難・強盗リスクに直面する。ただ、一般には個人よりも店舗により多くの現金が集まることから、より大きな盗難・強盗リスクに晒されるのは小売・サービス事業者であろう。

表2は、2016年における国別の窃盗発生件数を示している。日本は、キャッシュレス決済の利用

比率が高い国々と比較して突出して窃盗発生件数が少ないことがわかる。

表2 国別の人口10万人当たりの窃盗発生件数

	件数
日本	293.31
アメリカ	1749.84
イギリス	2282.99
オーストラリア	2460.14
スウェーデン	3816.87

注：イギリスはイングランド・ウェールズの統計である。

出所：UN Office on drugs and crime

現金決済に係るもう1つの犯罪要因として、紙幣・硬貨の偽造が挙げられる。当然ながら消費者・店舗ともに偽造貨幣を掴まされたくはないため、偽造貨幣が多く出回る国ほど現金決済が敬遠されると考えられる。

表3は、2009年における国別の紙幣の偽造枚数を示している。透かしなどの偽造防止技術が高い日本の紙幣はやはり偽造の対象になりにくいことがわかる。

表3 流通銀行券100万枚当たりの偽造券枚数

	枚数
日本	0.3
アメリカ	100.0
イギリス	209.0
欧州	63.0

出所：日本銀行（2011）『にちぎん』27（2011年秋号）

治安への不安が大きい国ほど、現金決済のデメリットが強く認識され、より安全な決済手段を発展させるイノベーションが早くから生じやすい。これがカード払いをはじめとするキャッシュレス

決済だと解釈できる。一方、日本は非常に治安が良く、現金決済のデメリットが小さいことから、他の支払手段にシフトする誘因が小さかった。結果として現金が選好され続けているのだと考えられる。

もちろん、カード決済にも盗難・紛失をきっかけとして不正使用されるリスクはある。キャッシュレス化が進んでいる国々では、不正使用の対策として、決済情報の伝達技術の革新（磁気ストライプ→接触型 IC チップ→非接触型 IC チップ）や認証技術の革新（暗証番号→二段階認証→生体認証）に積極的に投資することで、カード決済の安全性を高めていった。

### 3.1.2 地理的条件

次に、地理的条件を取り上げる。現金は金額が増えるほど重量・体積が増すため、携行・運搬の利便性ではキャッシュレス決済に劣っている。このことから、都市・地域間の移動に困難を要する国・地域ほど、現金決済が敬遠されやすいと考えられる。

表 4 には、2014 年時点における OECD の主要加盟国の道路密度と鉄道密度が比較されている。なお、これらの数値は国土面積 100 km<sup>2</sup>当たりの道路延長距離および鉄道延長距離を示している。日本は他国と比べて交通インフラがよく整備されていることがわかる。つまり、消費者や店舗が ATM・金融機関へアクセスしやすく、金融機関も比較的小さい負担で ATM 網に現金を補充できるため、日本では現金決済のデメリットが顕在化しにくい。逆に交通事情の悪い国では現金決済の利便性が低くなるため、キャッシュレス決済の導入が進みやすいと言える。

表 4 OECD 主要国の道路密度と鉄道密度

	道路密度	鉄道密度
日本	334.3km	4.6km
アメリカ	73.5km	2.5km
イギリス	174.2km	6.8km
カナダ	14.3km	0.6km
オーストラリア	11.4km	—
スウェーデン	52.8km	2.4km
韓国	108.4km	4.4km

出所：OECD

### 3.1.3 個人情報提供への態度

現金を支払いに用いる場合（別途、現金会員カードを発行して顧客情報を管理しない限りは）、決済情報とともに買い手の個人情報が売り手に移転されることはない。この「匿名性」は現金決済のみが有する特徴である。他のキャッシュレス決済手段は会員登録が前提となっており、決済に伴って買い手の属性情報（氏名・年齢・職業等）が購買履歴と紐づけられて決済事業者に移転される。決済事業者はこうしたデータを分析して店舗側にマーケティング情報を提供したり、店舗側からの依頼で購買可能性が高い消費者を選別して広告を配信するなどして収益をあげられる。決済事業者が消費者に付すロイヤリティ（主にポイント）は、収益源となる決済情報を得ることへの対価とみなすこともできよう。

キャッシュレス決済の結果として集積されたこれらの個人情報は厳重に管理されるべきである。しかし、管理主体の不注意や悪意ある者からの不法なアタックによってサーバからカード番号等が流出し、不正利用へと発展する事案が後を絶たない。2019 年 7 月 1 日にセブン&アイ・ホールディングスが始めたスマートフォン決済サービス「セブンペイ」において、セキュリティ対策の甘さか

ら多数の不正アクセス・不正使用が発覚し（7月31日17時時点の被害状況は、808人/約3,861万円）、わずか1ヵ月でサービス廃止の発表を迫られたことは記憶に新しい（正式な廃止は9月30日）。こうした情報漏洩被害を懸念する消費者ほど、たとえロイヤリティが得られるとしても、キャッシュレス決済を利用して個人情報を決済事業者に渡すことに慎重になると考えられる。

表5には、総務省による個人情報を提供して良

いと考える対象に関する国際比較調査の結果が示されている。アメリカや中国と比べ、日本では金融機関や中小企業に個人情報を提供してもよいと考える消費者の割合が低い。すなわち、日本では消費者が外部への個人情報の提供により消極的であり、このこともキャッシュレス決済比率が低くなる要因の1つになっていると思われる。

表5 個人情報を提供して良いと考える対象（単位：％）

提供先	条件の有無	日本人	アメリカ人	中国人
国 (中央政府)	提供して良い	17.7	28.8	34.5
	条件によっては提供して良い	56.6	46.7	60.9
	合計	74.2	75.5	96.4
金融機関	提供して良い	8.2	25.7	31.5
	条件によっては提供して良い	50.4	50.5	53.3
	合計	58.6	76.2	84.8
大企業以外の 既知の一般企業	提供して良い	5.2	18.8	14.8
	条件によっては提供して良い	43.8	48.6	54.9
	合計	49.0	67.4	69.7

出所：総務省（2016）、総務省情報通信国際戦略局情報通信経済室（2016）をもとに筆者作成

### 3.1.4 キャッシュレス決済の手数料の存在

小売・サービス事業者がキャッシュレス決済を導入する際には、初期時点で決済端末の設置やシステムのセットアップなどの費用が発生する。これらは決済件数や決済金額とは無関係にかかる「固定費」であり、多様なインターフェース（NFC決済やコード決済）に対応できるようにするほど、また同じインターフェースでもより多くのブランド（例えばコード決済であれば、LINE Pay、楽天Pay、Pay Payなど）に対応できるようにするほど増加する。加えて、これとは別に「変動費」として、取引ごとに決済金額の一定割合の決済手数料

が発生する。したがって、単純化のために他の要因を無視したとしても、これら固定費と変動費の合計を上回る売上高の増加が見込めなければ、小売・サービス事業者がキャッシュレス決済を導入するインセンティブは生じない。

しかし、現状において日本ではキャッシュレス決済の利用比率が低く、新規導入によって売上高が大きく増加することは期待しにくい。さらに、決済サービス自体がネットワーク外部性の働く固定費産業のため、利用者が増えない限り決済手数料も高止まりしてしまう。このことが小売・サービス事業者によるキャッシュレス決済の導入を阻



んでしまい、使える店が増えないと消費者もカードを利用しない、という悪循環が発生してしまっている。

逆に、早くからキャッシュレス決済が普及した国々では、既に述べたように現金決済のデメリットが顕在化しやすい環境だったため、決済手数料を払ってでもキャッシュレス決済が選好された。さらに、キャッシュレス決済の利用者が増えることによって決済手数料の引き下げが可能になり、ネットワーク外部性が発現されて普及スピードが高まる、という好循環が発生していると考えられる。

### 3.2 地方でキャッシュレス決済が普及しない理由

これまでは日本のキャッシュレス決済比率が諸外国と比べて低い理由に焦点を当てて分析してきた。では、同じ日本国内でも、都市部と地方部でキャッシュレス決済比率に差が生じる理由はどのように説明できるだろうか。

警察庁が発表する警報犯罪発生件数と人口統計をもとに都道府県の「単位人口あたりの発生件数」をもとめて比較すると、たしかに都市部のほうが地方部よりも発生率は高いものの、それでも表 1 で示した国々と比べればはるかに治安は良い。個人情報提供への態度についても、地域の年齢別人口構成の違いなどを反映して多少の地域差が生じる余地はあるものの、これだけで地域間のキャッシュレス決済比率の差異を説明できるとは考えにくい。地理的条件に至っては、理論的にはむしろ地方部でキャッシュレス化がより促進される要因と解釈されるが、現実には逆の現象が生じている。

あくまでも筆者の見解であるが、地域間のキャッシュレス決済比率の差異を生み出す最大の要因は、3.1.4 節で挙げた「キャッシュレス決済の手数料の存在」と考えられる。日本では人口減少が本

格化し、あわせて地方から都市への人口移動が生じている。しかも、地方から流出するのは若い生産年齢人口が中心であり、地域経済の活力を失わせる方向に作用している。つまり、「量（人口規模）」・「質（購買意欲）」の両面で地方の財・サービスに対する需要は縮小している。このような状況では、キャッシュレス決済を導入しても、顧客数の増加や客単価の上昇といった効果が大きく働くことは期待しにくい。それゆえ、地方部の小売・サービス事業者はキャッシュレス決済の導入を躊躇し、さらには、利用できる店舗が増えないがために消費者の間でもキャッシュレス決済への関心が高まらないのだと考えられる。

## 4. キャッシュレス決済の普及に向けた課題

### 4.1 公的部門の適切な関与

第 1 節でも問題提起したように、政府は国全体としての社会的な便益を追求すべくキャッシュレス化を推進している。しかし、個別の小売・サービス事業者や消費者は、社会的な便益のために私的に費用負担する誘因がないため、私的な便益を追求した決済手段の選択を行う。第 3 節で述べたように、日本では現金決済のデメリットが顕在化しにくい諸環境が整っていることから、キャッシュレス決済手段の選択肢も豊富にあるにも関わらず、結果として、日本では他国よりも現金決済が選好されている。

仮に、均衡状態においてキャッシュレス決済サービスが社会的な最適水準よりも過少になっているのだとすれば、公共経済学の視点からは公的部門が関与する余地が生じる。実際、中田（2018）でも述べたように、キャッシュレス決済比率が高い国々では、その過程で様々な公的な関与がなされている。例えば、韓国ではカード支払額の一部を所得控除の対象としたり、個人向けのクレジッ

トカードレシートに宝くじ番号を付したり、売上が一定額以上の小売店にクレジットカード払いの受け入れを義務化するなどの施策がとられたし、スウェーデンでは多くの実店舗で合法的に現金決済を拒否できるようになっている。また、欧米では公的に（または業界の自主規制によって）カード決済のインターチェンジ・フィー（決済手数料を構成する要素）の上限を規制しているところもある。

日本でも、消費税増税に伴う消費の下支えとキャッシュレス推進のための施策として、政府による原資負担のもとでキャッシュレス決済時のポイント還元（中小事業者で購入した場合は5%、大企業のフランチャイズチェーン（FC）に加盟する中小事業者の場合も2%分を消費者に還元）が実施されることになった。この施策は2019年10月～2020年6月に期間を限定して実施される。しかし、キャッシュレス化をさらに推進するうえでは、キャッシュレス決済比率が一定程度へと高まるまでは、小売・サービス事業者のキャッシュレス決済の導入を促す政策的支援を継続することも必要だと思われる。もちろん、公的な財源をキャッシュレス化推進に恒久的に向けることの是非については、国民の合意を得ることが前提となるのは言うまでもない。

## 4.2 インバウンドの取り込み

第3節において、とりわけ地方部でキャッシュレス決済比率が低くなる要因として、キャッシュレス化による費用対効果の低さを強調した。今後も人口減少が続くことは確実であり、都市への人口流出を止めることも簡単ではないとすれば、仮に4.1節で述べた公的な施策で決済手数料がある程度低下したとしても、地域内需要の取り込みによって費用を回収できる余地は小さいと言わざるを得ない。

その意味では、観光資源の多寡に左右される側面はあるものの、今後はインバウンドの取り込みが地方部においてより重要になってくるといえる。2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、政府が日本の観光立国化を推進するなか、図1に示された「キャッシュレス先進国」からも多数の外国人観光客の訪日が期待されている。持てる観光資源をフル活用して地域の魅力を高め、訪日外国人観光客にとってストレスのない決済プラットフォームを整備できれば、キャッシュレス決済導入に伴って発生する固定費用・変動費用をインバウンド関連売上の増加によって回収できる機会が広がる。

もっとも、外国人は個別の店舗ではなく地域全体の魅力を比較して訪問先・滞在先を決定していることをふまれば、キャッシュレス化対応も地域一体となって進めることが望ましい。よって、ここでも社会的便益を考慮して行動できる公的部門、すなわち地方公共団体が地域の利害関係者の合意形成で主導的な役割を果たしていくことが期待される。

## 4.3 キャッシュレス決済の方式と地域特性

都市部と地方間でその土地の特性に合った別々の方式のキャッシュレス決済を進めていくことも日本での普及にとって重要なことである。モバイル決済を例に挙げると、現在モバイル決済には、NFC型やコード決済など様々な決済方式が存在し、それぞれ特性に違いがある。NFC型は、非接触型ICチップを内蔵したモバイル端末をかざし、無線通信で決済する方式で、モバイル端末側のアプリ立ち上げが不要であり、高速で決済することができる。ただし、専用端末を必要とするため、加盟店側の導入コストは割高である。一方、コード決済は、支払いごとにバーコードやQRコードを作成し、情報をカメラで読み取って決済する方



式で、モバイル端末側のアプリ立ち上げが必要である。よって決済時間は NFC 型に比べて見劣りする。しかし、専用端末は不要であるため加盟店側の導入コストは安くなっている。この 2 つの方式を各地域に当てはめると、決済スピードが速い NFC 型は利用者が多く、店が混雑する都市部に導入することが適切であると考えられる。割高な導入コストも利用者の多さでカバーすることができるため、都市部ではコストの心配は少ないだろう。一方、決済スピードがあまり速くないコード決済は、利用者が比較的少なく、店の混雑が少ない地方に導入することが適切であると考えられる。地方では、利用者が少ないため高いコストを払ってキャッシュレス決済を導入することを躊躇する事業者が多いが、コード決済では導入コストが低いいため、その心配はなくなる。

このようにキャッシュレス決済の方式をそれぞれの特性に合った地域に導入することで、都市部と地方ともに、キャッシュレス決済の普及が進むのではないだろうか。

#### 4.4 地域金融機関の動向

現状の日本では、消費者や小売・サービス事業者は極めて低いコストで現金という高質な決済手段を利用できる。第 3 節で述べたように、日本では盗難・強盗によって現金を失うリスクは小さい。また、日本ではコンビニエンスストアを含めた ATM 網が充実しており、自宅近くで現金を引き出せるだけでなく、買物の際には購入店舗近くで現金を引き出すことができる。よって、運搬の手間も抑えられる。明示的に負担する金銭的成本は銀行口座からの出金手数料のみであるが、預金残高が十分にあれば、これらの手数料の支払いさえ回避できる。小売・サービス事業者は顧客への釣銭が不足しないように常に店舗に現金を確保しておく必要があり、消費者よりも現金の運搬・管理のコスト負担は重くなるが、それ

でもカード決済のような決済手数料は一切発生しない。

だが、消費者や小売・サービス事業者がコストを負担していないだけであって、現金決済の利便性を維持するための社会的コストは決して低くはない。例えば、充実した ATM 網を維持するためのコストは金融機関によって負担されている。

近年、超低金利さらにはマイナス金利が常態化したことで、特に地域金融機関の経営環境が厳しくなり、ATM 網の維持・運営が重い負担になりつつある。収益悪化がさらに続けば、ATM 網の縮小や出金手数料の引き上げといった対応が避けられないが、これは消費者や小売・サービス事業者にとっては現金決済の利便性の低下を意味する。結果として、キャッシュレス決済のコストがこれまでよりも相対的に割安となり、地方でキャッシュレス化が促進されるかもしれない。

ここで注目されるのが、地域金融機関によるコード決済への参入の動きである。具体的には、GMO ペイメントゲートウェイがシステムを提供する銀行 Pay (横浜銀行・福岡銀行・ゆうちょ銀行などが参加) は既にサービスを開始している。また、J-Debit の推進団体として知られる日本電子決済推進機構が運営する「Bank Pay」はメガバンクや地方銀行をはじめとする全国の金融機関が参加し、2019 年秋からサービスの開始が予定されている。どちらもデビットカードのような即時払い方式で決済を行う。

コード決済に関しては、既に流通系 (ファミペイなど)・通信キャリア系 (d 払いなど)・ネットプラットフォーム系 (LINE Pay など) がサービスを提供しているが、これら先発組はロイヤリティ付与を梃子として会員の決済情報を収集し、その利活用によって収益をあげるビジネスモデルを志向している。もっとも、第 3 節で述べたように日本には他者への個人情報の提供に慎重な消費者も少なくないこともあり、現状では思うように普及が進んでいない。

銀行系のコード決済は後発組であるものの、相対的に高い銀行の信用を活かし、利用者の個人情報に配慮したサービス仕様にするなどの工夫をすることで、より消費者に選好されやすいキャッシュレス支払手段を目指せるのではないだろうか。

## 5. おわりに

本稿では、日本で、さらには地方部でキャッシュレス決済の普及が進まない要因を分析してきた。

まず認識すべきは、政府が目指しているのが社会的に望ましいキャッシュレス化決済比率である一方で、個別の消費者や小売・サービス事業者は私利便益のみを最大化するように決済手段を選択しているという点だ。

日本では、治安条件・地理的条件などの面で、現金決済のデメリットが顕在化しにくい環境が整っている。加えて、消費者や小売・サービス事業者は、現金決済のしゅみを維持するために必要なコストをほとんど負担せずに済んでいる。対照的に、キャッシュレス決済に関しては高止まりする導入費用・決済手数料にみあった売上の増加を見込めないため、合理的選択の結果として現金決済が支配的となり、政府の狙い通りにキャッシュレス化が進まない。

このギャップを埋めるためには、継続的な公的支援によって消費者や小売・サービス事業者をキャッシュレス決済に誘導していくことが必要だと思われる。特に地方では、インバウンド対応がキャッシュレス化推進の鍵となってくる。地域をあげて取り組みを進めていくうえでは、やはり地方公共団体が主導して関係者の利害調整を担っていくことが求められる。

地域金融機関も現金決済を維持するためのコスト負担が重くなっていることは事実である。よって、これを転機としてコード決済の普及を進めることで、経営基盤の安定化にとどまらず、地域のキャッシュ

レス化に寄与していけるかもしれない。

## 参考文献

- 金融庁 (2018) 「キャッシュレス決済に関連する指標」(金融審議会 金融制度スタディ・グループ 第3回会合(平成30年11月9日)資料3)
- 経済産業省 (2018) 『キャッシュレス・ビジョン』  
(<https://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001-1.pdf>)
- 総務省 (2016) 『平成28年版 情報通信白書』
- 総務省情報通信国際戦略局情報通信経済室 (2016) 『IoT時代における新たな ICT への各国ユーザーの意識の分析等に関する調査研究の請負報告書』  
([http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/h28\\_02\\_houkoku.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/h28_02_houkoku.pdf))
- 中田真佐男 (2018) 「国内リテール決済におけるキャッシュレス化の進展に向けた論点整理」『キャッシュレス社会の進展と金融制度のあり方』(全国銀行協会 金融調査研究会 報告書) 第5章、pp. 95~136.
- 日経 FinTech・日経クロストrend・日経 xTECH 編 (2019) 『QR 決済ーキャッシュレスの本命はこれだー』日経 BP
- 日本銀行 (2011) 「Focus BOJ 銀行券の流通 日本のお金をきれいにする」『にちぎん』27 (2011年秋号)、pp. 24~27.
- 日本銀行 (2018) 『キャッシュレス決済の現状』(決済システムレポート別冊シリーズ)  
(<https://www.boj.or.jp/research/brp/psr/data/psrb180928a.pdf>)
- 日本経済再生本部 未来投資会議 (2017) 『未来投資戦略2017ーSociety 5.0の実現に向けた改革ー』